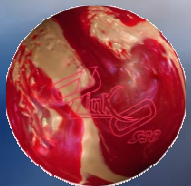




FIREBOWL



PLANTEAMIENTO



EXPOSITORES
DEL PROGRAMA

**FAMA O
DRAMA**

DE **TC**
TELEVISIÓN

**EDISON
BARBARITA
EDGAR
CHRISTIAN
MAFER**

entradas a la venta en



ARENA
EVENTOS Y ESPECTACULOS

PRESENTA

LA DISCOTECA DE
**FAMA O
DRAMA**

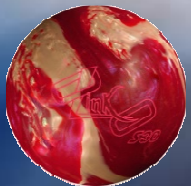
SÁBADO 17
DE OCTUBRE
9 PM **DJ DAVID ESPINOZA**





RESEÑA HISTORICA

1. Ceremonia Religiosa Alemana para estar libre de pecado.
2. La Federación Internacionales des Quilleurs (FIQ) ha conducido Campeonatos Mundiales cada 4 años desde 1967.
3. El Boliche fue Deporte Oficial de exhibición desde 1988 en los Juegos Olímpicos de Corea del Sur.

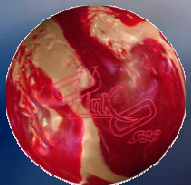




MARCO REFERENCIAL

PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA POBLACIÓN URBANA DE MILAGRO (% CON RESPECTO AL PEA URBANO)

ACTIVIDAD	%
Comercio	23,50
Agricultura, ganadería, silvicultura, etc.	12,95
Industrias manufactureras	11,22
Construcción	7,16
Enseñanza	5,70





OBJETIVOS

ESPECIFICOS

1. Realizar un estudio de mercado para medir la aceptación del Bowling Center.
2. Realizar un estudio técnico para determinar los materiales de estructuración del proyecto.
3. Realizar un estudio organizacional-administrativo para poder determinar la cantidad de recurso humano necesario.
4. Realizar un estudio financiero para determinar los costos e ingresos, y conocer en qué tiempo recuperemos la inversión realizada.
5. Analizar la viabilidad financiera de ejecutar el presente estudio.

GENERAL

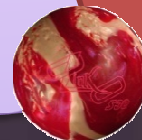
Determinar la rentabilidad de la creación de un Bowling Center en la ciudad de Milagro.

CORTO PLAZO

1. Mejorar el nivel de servicio en general aumentando así los índices de productividad, eficiencia, y utilización de nuestros recursos.

LARGO PLAZO

1. Abrir nuevos puntos de ventas en lugares estratégicos, para ampliar nuestro mercado y zonificarlo eficientemente.
2. Aumentar las ventas en un 25% el próximo Año.





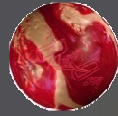
ANALISIS DE LA DEMANDA

EDAD	HOMBRES	MUJERES
< 2	2240	2114
2 - 4	3662	3633
5 - 11	9133	8855
12 - 17	7348	7299
18 - 25	9056	9739
26 -39	12944	13546
40 - 64	13294	13529
64 <	4948	4916
TOTAL	62626	63630

RESUMEN

Nuestra demanda potencial estará conformada de 59932 jóvenes entre hombres y mujeres.





OBSERVACIÓN DE LA DEMANDA

INGRESO POR LINEA CONSUMIDA			
DIAS	HORAS	PRECIO	TOTAL
MARTES Y JUEVES	10:00 am - 16:00 pm	\$2,50 Linea por Juego	\$ 2,50
	16:00 pm - 22:00 pm	\$3,00 Linea por Juego	\$ 3,00
MIERCOLES 2x1	10:00 am - 16:00 pm	\$2,50 Linea por Juego	\$ 2,50
	16:00 pm - 23:00 pm	\$4,00 Linea por Juego	\$ 4,00
VIERNES	10:00 am - 16:00 pm	\$2,50 Linea por Juego	\$ 2,50
	16:00 pm - 23:00 pm	\$4,00 Linea por Juego	\$ 4,00
SABADO - DOMINGO	10:00 am - 16:00 pm	\$3,00 Linea por Juego	\$ 3,00
	16:00 pm - 23:00 pm	\$4,00 Linea por Juego	\$ 4,00

Para Nuestro Proyecto determinamos un Numero promedio de 5 personas por Linea de juego



INGRESO ANUAL

PERSONAS	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
LINEAS OCUPADAS	6	9	9	9	10	10
PERSONAS POR LINEA	3	5	4	4	4	4
TOTAL PERSONA	18	45	36	36	40	40
PRECIO POR LINEA	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 3,00	\$ 3,00
HORAS	6	5	5	5	5	5
TOTAL DE INGRESO	\$ 270,00	\$ 562,50	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 600,00	\$ 600,00
TOTAL SEM. PERSONA	215					
TOTAL INGR. SEMANA	\$ 2.932,50					
INGRESO ANUAL	\$ 152.490,00					



ANALISIS DE VIABILIDAD



FORTALEZA

1. Ser Pioneros .
2. Servicio innovador, vistoso y atractivo.
3. Equipos de última tecnología.
4. Talento Humano
5. Entretenimiento para toda la familia y grupos de amigos en

OPORTUNIDADES

1. No existe competencia directa.
2. Hay una alta barrera de entrada.
3. La ciudad de Milagro está en la mira de inversionistas.

DEBILIDADES

1. No hay un predecesor que nos sirva de guía.
2. Somos novatos en el negocio.
3. Altos costos debido a la importación de productos.

AMENAZAS

1. Las personas prefieran asistir a otros lugares como discotecas.
2. Los nuevos inversionistas se interesan en poner una competencia directa.



ANALISIS SECTORIAL (PORTER)

- 1. GRUPO DE AMIGOS
- 2. FAMILIAS

- 1. PLAY ZONE.
- 2. CANCHAS SINTETICAS.

**BOWLING
CENTER
FIREBOWL**

NO EXISTEN
NUEVOS
ENTRANTES

- 1. DAMFI BOWLING
- 2. HIPERMARKET

ESTUDIO TECNICO

CLAVE DE LA INVERSION

1. Alta Rentabilidad.
2. No Requiere ni mantiene Stock.
3. Tamaño Adaptable a la Población.

VENTAJAS

1. Combinación de ocio/deporte.
2. No depende de circunstancias externas.
3. Ajuste de numero de pistas según la población.
4. Sólido Retorno Financiero y bajos costos de Operación.
5. Funciona todo el Año.
6. No requiere Experiencia.

REQUERIMIENTO TECNICO



**INSTALACION DE
BOLERA**



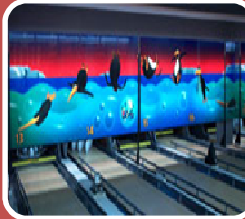
**MAQUINAS DE
BOWLING**



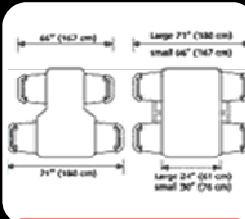
PISTAS DE BOWLING



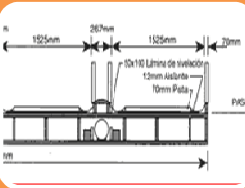
SISTEMA DE PUNTUACIONES
AUTOMATICAS



FRONTALES Y ASIENTOS



INSTALACION Y MONTAJE



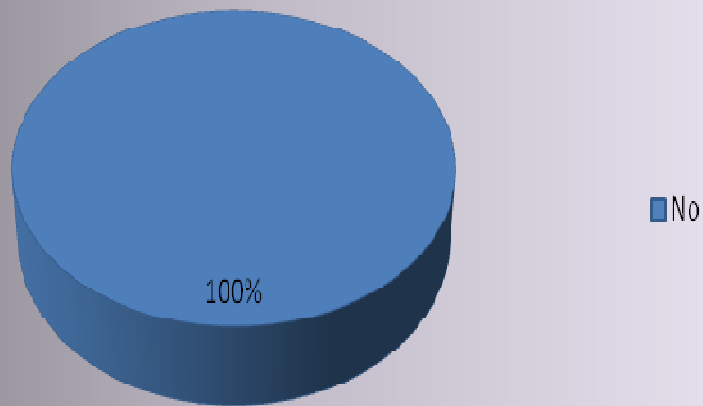
PLANIFICACION DEL LOCAL



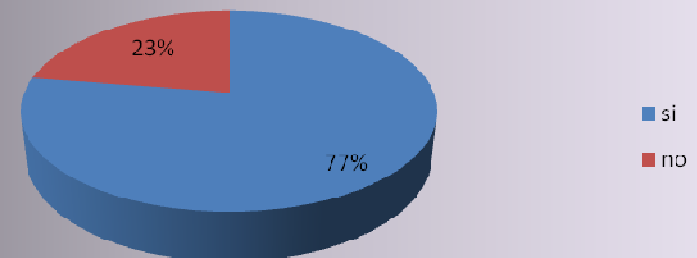
FORMACION DEL PERSONAL

ANALISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

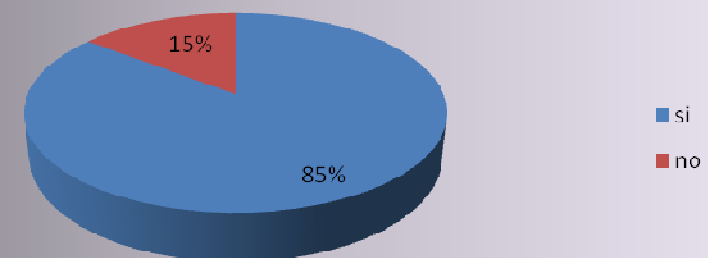
Pregunta Nº 5 ¿Esta totalmente de acuerdo con las opciones de entretenimiento?



Pregunta Nº 6 ¿Lugares de entretenimiento que frecuentemente visita? Shopping Center



Pregunta Nº 6 ¿Lugares de entretenimiento que frecuentemente visita? discotecas

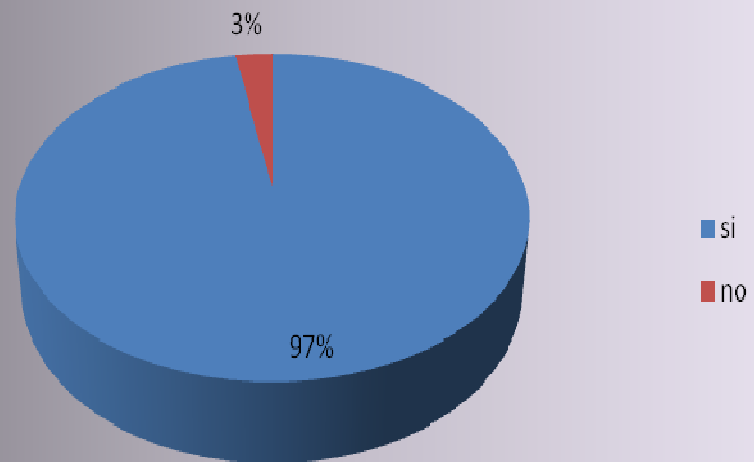


1	9	0	X	X	7	2	9	X		
	18	38	65	84	93	113	123			

Local Highscores:
236: Veva
221: Toml

Bowling

Pregunta Nº 9 ¿Esta de acuerdo con la creación de una sala de bolos?



ESTRATEGIA DE MARKETING

PRECIO

- 1. Precio Atractivo y Accesible, pero sin caer en extremos.***
- 2. Se establecerá un precio de \$2,50 por línea en la mañana y en la noche se estableció un precio de \$4,00.***
- 3. Para los juegos de mesa de billar se estableció un precio de \$3,50 por hora.***

Local Highscore
230: Veva
222: Toml

Paused

Carretil 2

1	9	0	K	K	7	2	9	K		
18	38	65	84	93	113	123				

PLAZA

Local Highscores:
238: Veva
222: Toml



03-05-46-02





03-05-28-01
PILADORA SAN ANTONIO

04-12-41-01

VIA MILAGRO - Km 26

22 DE ENERO

CALLE C

CALLE B

HECTOR TORRES

GALO ROMO

TAPIA

CALLE 1

JUAN WIES...

PROMOCIÓN

1. Formaremos alianzas con el Hipermarket donde en un precio tope se den cupones de 2x1 o de un descuento del 15% por la utilización de nuestros servicios o del consumo del Bar.
2. Formaremos alianzas con los eventos de Milagro Moda o la elección de la Reina de Milagro donde mayormente asiste nuestro mercado potencial.
3. Ofreceremos las promociones de miércoles loco que consiste en pagar por una línea pero por ese día juegan 2 líneas.
4. Los días martes a viernes excepto los miércoles por la compra de dos líneas recibirá una adicional, y por la compra de 2 horas de billar la tercera vendrá a mitad de precio.
5. Por la compra de una línea donde participen 3 o mas jugadores se le ofrecerá un pequeño piqueo.

Local Highscore
230: Veva
222: Toml

ESTUDIO ORGANIZACIONAL



ESTUDIO FINANCIERO

Gastos Administrativos				
Sueldos y Salarios	Empleados	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Total Anual
Gerente General	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00
Jefe Operativo	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Cajera	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Técnico	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Bar	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Cocina	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Limpieza	2	\$ 280,00	\$ 560,00	\$ 6.720,00
Mesera	2	\$ 300,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Jefe de Marketing	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Total				\$ 61.320,00
		Capital de Trabajo	\$ 5.110,00	

Elaborado por autores

Costos Variables				
	Meses	Valor	Costo Mensual	Costo Anual
Maquinaria	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 8.400,00
Zapatos (diario)	1	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 480,00
Mesas de Billar	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Total				\$ 9.120,00

3.1 Gastos de Servicios Básicos		
Concepto	Costo Mensual	Costo Anual
Agua	\$ 70,00	\$ 840,00
Luz	\$ 370,69	\$ 4.448,28
Teléfono	\$ 30,00	\$ 360,00
Total		\$ 5.648,28

Gastos de Publicidad*	
Publicidad en Radio	\$ 1.800,00
Alianza estratégica con Hipermarket	\$ 2.200,00
Volantes y Trípticos	\$ 500,00
Total	\$ 4.500,00
Elaborado por autores	

Otros Costos

Bebidas	Cantidades	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Costo Total Anual	
Gaseosas de 3 litros	300	\$ 0,75	\$ 225,00	\$ 2.700,00	
Agua	500	\$ 0,17	\$ 85,00	\$ 1.020,00	
Te helado	250	\$ 0,20	\$ 50,00	\$ 600,00	
Jugos (Deli)	420	\$ 0,32	\$ 134,40	\$ 1.612,80	
Cervezas	600	\$ 0,40	\$ 240,00	\$ 2.880,00	
Energizantes	200	\$ 0,50	\$ 100,00	\$ 1.200,00	
Bebidas Hidratantes	300	\$ 0,60	\$ 180,00	\$ 2.160,00	
Total				\$ 12.172,80	
Insumos Alimenticios	Unidades	Cantidades	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
Papas	Kilos	200	\$ 0,50	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Salchichas	Kilos	70	\$ 2,00	\$ 140,00	\$ 1.680,00
Salsas	Galones	6	\$ 3,00	\$ 18,00	\$ 216,00
Aceite	Bidón	7	\$ 5,00	\$ 35,00	\$ 420,00
Panes	Fundas	60	\$ 1,20	\$ 72,00	\$ 864,00
queso	Kilos	70	\$ 3,00	\$ 210,00	\$ 2.520,00
Carne molida	Kilos	70	\$ 3,50	\$ 245,00	\$ 2.940,00
Verdes	Racimos	10	\$ 5,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Total					\$ 10.440,00
Elaborado por autores					

Financiamiento del Proyecto

Tipo	Capital de Operación	Total de Financiamiento
Capital Propio	60%	283785
Préstamo Banco Machala	40%	189190
Total	100%	472975
Elaborado por autores		

Inversión en Obras Físicas

	Unidad	Cantidad	Costo Unit	Costo Total
Terreno	m ²	1800	\$11,30	\$20.340,00
Edificio	m ²	995	\$200,00	\$199.000,00
Urinarios	unidad	3	\$30,00	\$90,00
Sanitarios	unidad	6	\$40,00	\$240,00
Acondicionador de Aire	unidad	1	\$5.000,00	\$5.000,00
Líneas Telefónicas	unidad	1	\$100,00	\$100,00
Total				\$224.770,00
Elaborado por autores				

Préstamo Banco Machala

Monto de la **\$189.190,00**

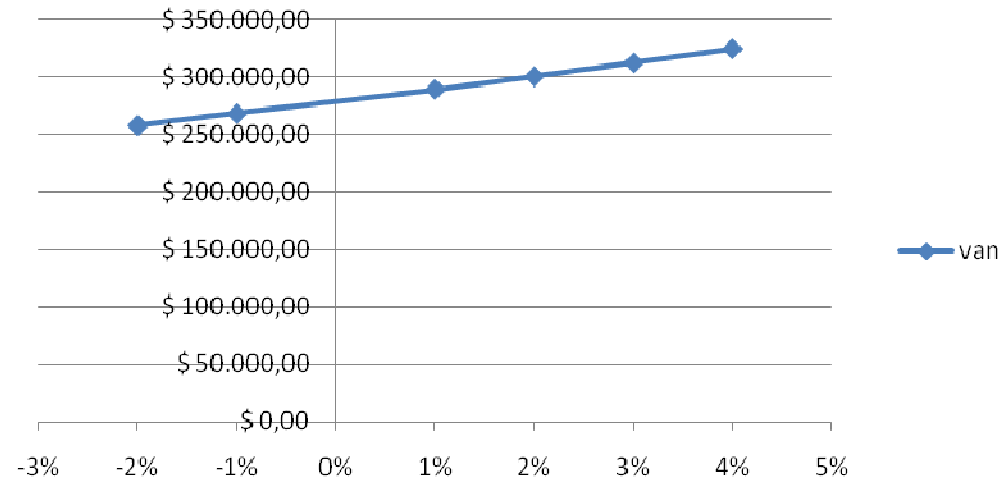
Deuda

Banco **9,13%**

MACHALA

	SALDO DEUDA	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION
0	\$189.190,00			
1	\$176.814,54	\$29.648,50	\$17.273,05	\$12.375,46
2	\$163.309,21	\$29.648,50	\$16.143,17	\$13.505,34
3	\$148.570,84	\$29.648,50	\$14.910,13	\$14.738,37
4	\$132.486,85	\$29.648,50	\$13.564,52	\$16.083,99
5	\$114.934,40	\$29.648,50	\$12.096,05	\$17.552,45
6	\$95.779,40	\$29.648,50	\$10.493,51	\$19.154,99
7	\$74.875,56	\$29.648,50	\$8.744,66	\$20.903,84
8	\$52.063,19	\$29.648,50	\$6.836,14	\$22.812,36
9	\$27.168,06	\$29.648,50	\$4.753,37	\$24.895,13
10	(\$0,00)	\$29.648,50	\$2.480,44	\$27.168,06
				\$189.190,00

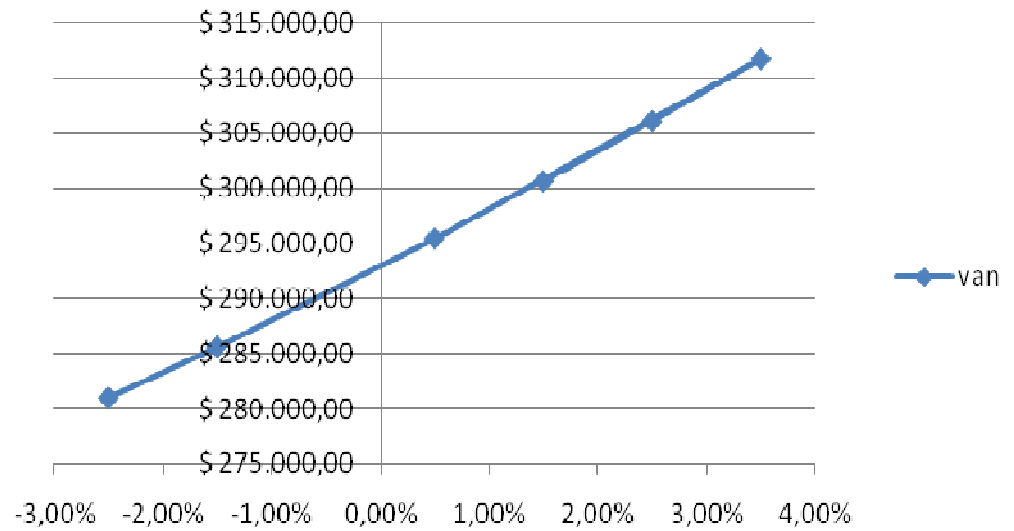
van



JUEGO DE BOLOS

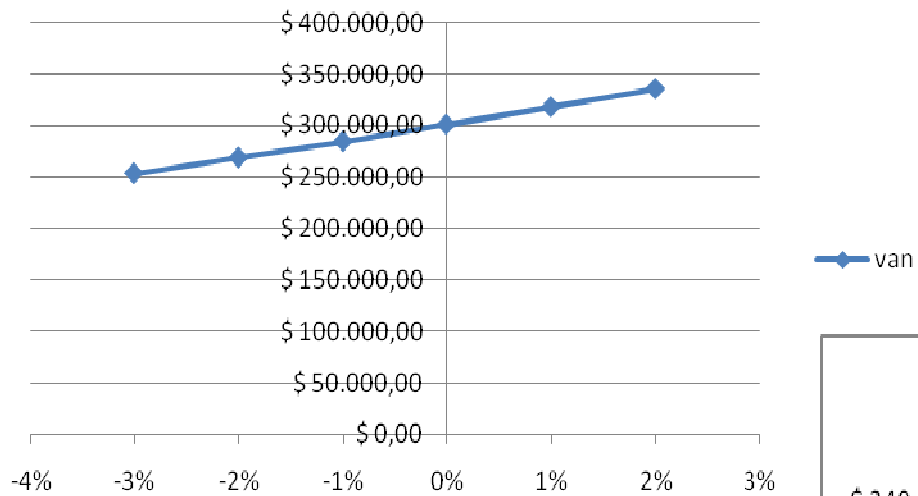
OTROS INGRESOS

van



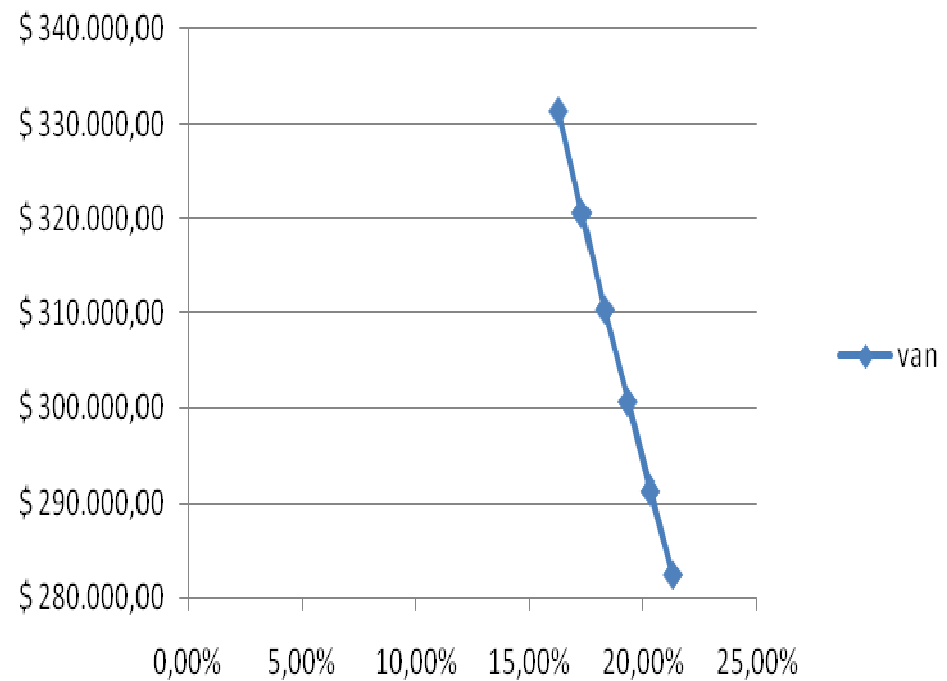
TODOS LOS INGRESOS

van



TMAR

van





GRACIAS

FIREBOW